

科技管理创新

新产品速度研发的影响因素及其与速度营销的关联性

杨拉克,

武汉大学经济与管理学院;

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 从新产品的特质出发,揭示了新产品速度研发的重要性,从管理风格、创新文化、知识共享3个方面分别探讨了新产品速度研发的影响方式及影响机理,从有效性、时间缩短性、互动性等角度分别揭示了新产品速度研发与速度营销的关联性。

关键词 [新产品开发](#) [速度研发](#) [速度营销](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2009-16-003](#)

通讯作者:

杨拉克

作者个人主页: [杨拉克](#);

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(92KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“新产品开发”的 相关文章](#)
- ▶ [本文作者相关文章](#)
- [杨拉克](#)
- 

